

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

Perusahaan RINKU merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam memberikan jasa atau service untuk customernya. *Service* yang diberikan oleh perusahaan RINKU mempunyai beberapa program seperti *branding, print design, photo production, video production, website, social media (management and marketing campaign), public relations*, dan *event management* untuk mengurus sosial media perusahaan-perusahaan ataupun merchant sehingga bisa menarik customer lebih banyak lagi. RINKU juga memberikan konsultasi gratis agar klien RINKU perusahaan maupun merchant dapat menentukan program atau jasa yang sesuai dengan mereka sehingga tidak terjadi kesalahan dalam menentukan jasa yang diinginkan. RINKU sudah pernah kerjasama dengan 40 lebih klien dalam waktu beberapa tahun ke belakang dan sekarang RINKU memiliki 21 klien yang menggunakan jasanya. Klien-klien RINKU datang dari berbagai macam industry seperti FnB, peralatan tulis, kecantikan, dan masih banyak lagi. Contoh klien RINKU adalah lukumades, joyko, duvaderm, byote, sebamed, dan masih banyak lagi. RINKU berkerja sama dengan klien yang mayoritasnya berada di Jakarta sehingga lebih mudah dalam melakukan meeting atau pengiriman produk untuk di promosikan.



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan RINKU

Sumber: rinku.id, 2021

RINKU memiliki moto yaitu “*helping brands to connect with their audience through social media*” dengan artian RINKU membantu suatu brand untuk membuat social media dari pembuatan konten hingga melakukan promosi agar brand tersebut dapat lebih dikenal oleh masyarakat atau target market dari brand itu sendiri.

2.2 Profil perusahaan

2.2.1 Lokasi perusahaan

RINKU terletak di Apartemen Riverside jalan muara karang barat No.8. tower 1A unit 16-02. Berikut adalah gambar dari kantor rinku.



Gambar 2. 2 Lokasi Perusahaan RINKU

Sumber: Data pribadi, 2021

Apartemen Riverside jalan muara karang barat No.8. tower 1A unit 16-02

2.2.2 Visi dan Misi Perusahaan

RINKU merupakan social media agency yang memiliki spesialisasi dalam *engaging social audiences* dan *enhancing the online presence of brands*. Agar dapat mempercepat pertumbuhan konsumen dalam perusahaan, meningkatkan keberlanjutan dan juga memaksimalkan nilai pelanggannya. RINKU sudah berkerjasama dalam membangun social media dengan beberapa perusahaan besar.

Misi perusahaan adalah menjadi link yang menghubungkan mitra kami dengan pelanggan mereka dan memberi mereka solusi terbaik dalam bentuk layanan manajemen media sosial

Visi perusahaan adalah menjadi sosial media agency terbesar dan berdampak di wilayahnya.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

2.3.1 Struktur Perusahaan



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi RINKU

Sumber: data Rinku, 2021

Berdasarkan gambar diatas, penjelasan untuk Struktur Organisasi RINKU terdiri dari:

1. *Presiden Director*

Bertugas untuk memimpin, mengelola, dan mengawasi kerja semua divisi

2. *General manager*

Bertugas untuk memberikan keputusan dan juga memberi pengawasan terhadap kerja semua divisi

3. *Senior business development manager*

Bertugas untuk membantu bisnis terus berkembang dan memberi pengawasan

4. *Media manager*

Bertugas untuk membuat suatu konten, mengawasi bawahannya, dan memberikan ide dan memimpin kelompoknya

5. *Media implementer*

Bertugas untuk menentukan media iklan yang tepat serta budgeting yang efisien

6. *Media planners*

Bertugas untuk memberikan rancangan untuk tindakan selanjutnya di *advertising campaigns*

7. *Media buyer*

Bertugas untuk melakukan promosi di berbagai channel dan platform dengan berkoordinasi pada rencana media yang sudah disetujui terlebih dahulu

8. *Creative director*

Bertugas untuk sebuah tim yang isinya adalah copywriter, videographer, dan desainer.

9. *Copywriter*

Bertugas untuk menulis *caption* atau materi yang mendikripsikan suatu konten atau gambar

10. *Art director*

Bertugas untuk mengawasi dan mensupervisi dalam pembuatan visual sebuah iklan atau desain untuk konten

11. *Account manager*

Bertugas untuk membina relasi dengan klien dan melakukan rencana tentang konten hingga promosi yang ingin di buat

2.4 Landasan Teori

2.4.1 Manajemen

Menurut Ricky W. Griffin, mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. (Griffin, 2012)

Menurut James A.F Stoner, mendefinisikan proses perencanaan, organisasi, kepemimpinan dan pengawasan terhadap usaha-usaha anggota organisasi dan penggunaan semua sumber-sumber organisasi lainnya untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. (Stoner, 2012)

5 fungsi dasar manajemen terdiri dari fungsi perencanaan, fungsi pengorganisasian, fungsi pengarahan, fungsi pembinaan, fungsi pengawasan yang memiliki arti sebagai berikut:

- Fungsi perencanaan

Merupakan menyusun suatu rancangan yang dibutuhkan untuk melakukan program kerja untuk mencapai visi, misi, dan tujuan organisasi

- Fungsi pengorganisasian.

Merupakan membuat suatu struktur organisasi yang bisa menggambarkan interelasi antar pekerjaan dan personil yang sesuai dengan keahlian masing-masing.

- Fungsi pengarahan

Merupakan mengarahkan karyawan untuk melakukan bidang tugasnya secara efektif dan efisien menuju ke arah yang diinginkan oleh organisasi.

- Fungsi pembinaan

Merupakan untuk menjaga moral dan komitmen terhadap suatu organisasi sehingga memiliki loyalitas dan dedikasi yang tinggi pada perusahaan.

- Fungsi pengawasan

Merupakan untuk mengawasi berjalannya tugas-tugas yang sudah direncanakan sehingga tujuan dapat dicapai oleh perusahaan.

2.4.2 Entrepreneurship

Entrepreneurship adalah suatu proses penerapan inovasi dan kreativitas dalam menciptakan sesuatu yang berbeda dan memiliki nilai serta kemampuan menghadapi tantangan hidup dengan cara melihat peluang dari berbagai resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan. (Muchlisin, 2020)

Menurut Frinces, kewirausahaan adalah bentuk usaha untuk menciptakan nilai lewat pengakuan terhadap peluang bisnis, manajemen pengambilan resiko yang sesuai dengan peluang yang ada dan lewat keterampilan komunikasi dan manajemen untuk mobilasi manusia, keuangan dan sumberdaya yang diperlukan untuk sebuah proyek sampai berhasil. (Frinces, 2020)

Dari pengertian diatas bisa disimpulkan bahwa *Entrepreneurship* merupakan kemampuan seseorang untuk melihat sebuah peluang yang dapat diterima oleh masyarakat untuk menciptakan barang atau jasa yang dapat memecahkan sebuah masalah atau resiko yang sudah ada.

2.4.3 Digital Marketing

Digital Marketing merupakan pemasaran produk atau jasa dengan menggunakan media digital dan teknologi berbasis digital untuk menjangkau target pasar yang lebih luas. (Adani, 2020)

Menurut Heidrick and Struggles, *Digital Marketing* menggunakan perkembangan dunia digital untuk melakukan periklanan yang tidak digemborkan secara langsung akan tetapi memiliki efek yang sangat berpengaruh. (struggle, 2020)

Kesimpulan mengenai *digital marketing* adalah melakukan pemasaran produk atau jasa yang menggunakan internet dan teknologi untuk menjangkau *target market* yang lebih luas.

2.4.4 Brand Awareness

Brand Awareness adalah kemampuan yang dimiliki oleh masyarakat untuk mengenal sebuah merek, produk, maupun sebuah jasa. (Dreambox, 2020)

Menurut Durianto, *Brand Awareness* adalah kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali dan mengingat merek sebagai bagian dari sesuatu produk dengan merek yang dilibatkan. (Durianto, 2004)

Jenis-jenis tingkatan *Brand awareness* dari tingkat terendah hingga tingkat tertinggi sebagai berikut:

- *Unaware of Brand*

Konsumen tidak menyadari atas dari sebuah merek yang ada

- *Brand Recognition*

Konsumen sudah mulai mengenal akan suatu brand setelah dilakukan pengingatan kembali lewat bantuan

- *Brand Recall*

Konsumen sudah mengingat suatu merek tanpa bantuan pengingatan kembali

- *Top of Mind*

Merek yang pertama kali muncul di benak konsumen